

期待の表明と2者関係がモチベーションに与える影響

○小池澄人¹・井川純一²
(大分大学経済学研究科¹・大分大学²)

目的

期待をこめて他者に対応することで、他者の能力ないし業績の向上を意図するというピグマリオンマネジメント (Eden, 1990) が着目されている。期待から能力の向上へと至る因果関係としては、エンハンシング効果 (Deci, 1971) などを手掛かりに、「期待を込めた言葉かけ→他者のモチベーションの向上→能力ないし業績の向上」のように想定することができる(「→」は直観的な因果関係の方向を表す)。この因果関係を前提として、本研究では期待の表明とモチベーションの関係の検討(検討A)と期待の表明が印象形成に与える影響についての探索的検討(検討B)を行った。

方法

調査参加者 調査参加者は大分大学の学生 131 名(男性 69 名、女性 62 名)、平均年齢 19.33 歳($SD=1.218$)であった。

手続き 質問紙を用いた場面想定法実験を行った。質問紙は講義中に配布し、その場で回答を求めた。

質問紙の構成 参加者はまず、(a)個人属性や性格傾向に関連するフェイスシート項目と(b)学習への普段のモチベーション測定項目(大学生用動機づけ尺度(岡田・中谷, 2006)を改変して使用)に回答し、その後、シナリオ(6条件を被験者内要因で作成)を読み、シナリオ上の学生の立場になって、(c)A先生へのイメージの測定項目(日本版 State Social Paranoia 尺度(森本, 2015)を改変して使用)と(d)シナリオ場面におけるモチベーションの測定項目((b)と同様に測定)に回答した。

シナリオ シナリオはA先生による大学での架空の講義についてであり、講義の最終回の際にA先生から期末試験について何らかの声かけがされる(あるいは、されない)という場面を描いたものである。シナリオにはA先生に対する好ましさを規定する好ましさ条件2水準(ポジティブ/ネガティブ)と先生からの言葉かけを規定する語句条件3水準(期待:「君には期待しているよ!」/無理:「どうせ君には無理だろうけど。」/統制:声かけなし)を設定し、6種類を作成した。それぞれのシナリオに対し、21~23名を調査した。

結果

尺度の分析 最尤法プロマックス回転による探索的因子分析を行った結果、普段のモチベーションの尺度について、「好奇心が満たされるから」などからなる内発($\alpha=.831$)、「よい成績や評価を得たいから」などからなる外発($\alpha=.781$)の2因子構造、A先生へのイメージの尺度については“A先生は私を怖がらせようとしている”などからなる悪意($\alpha=.954$)、“A先生は親

切である”などからなる好意($\alpha=.906$)、“A先生は私の存在に関心を払っていない”などからなる中立($\alpha=.793$)の3因子構造、シナリオ場面におけるモチベーションの尺度について、普段のモチベーションの尺度と同様に、内発($\alpha=.909$)と外発($\alpha=.760$)の2因子構造を採用した。

検討A モチベーション得点(内発的/外発的)を従属変数、好ましさ条件・語句条件・動機づけ状況条件(普段のモチベーション/Aシナリオの立場に立ったときのモチベーション)を独立変数とした3要因分散分析(混合計画)を行った結果、外発的モチベーションにおいては、いずれの条件の主効果、交互作用ともに有意な差は認められなかったが、内発的モチベーションにおいては語句の主効果($F(2, 121)=3.75, \eta^2=.06, p<.01$, 期待=無理>統制)と動機づけ状況の主効果($F(1, 121)=69.29, \eta^2=.36, p<.01$, 普段>シナリオ)が有意となった。また交互作用については有意な差は認められなかった。

検討B A先生に対して抱くイメージ(好意/悪意/中立)得点を従属変数、好ましさ条件・語句条件を独立変数とした2要因分散分析を行った。その結果、好意と悪意における好ましさの主効果が有意であった(好意: $F(1, 124)=17.67, \eta^2=.13, p<.01$, ポジティブ>ネガティブ; 悪意: $F(1, 124)=11.91, \eta^2=.09, p<.01$, ネガティブ>ポジティブ)。また、好意と悪意、中立のそれぞれにおける語句の主効果が有意であった(好意: $F(2, 124)=42.67, \eta^2=.41, p<.01$, 期待>統制>無理; 悪意: $F(2, 124)=64.02, \eta^2=.51, p<.01$, 無理=統制>期待; 中立: $F(2, 124)=5.66, \eta^2=.08, p<.01$, 無理>統制=期待)。その他の主効果、交互作用においては有意な差は認められなかった。

考察

本研究では、ピグマリオン効果は外発的モチベーションにおいては認められなかった。また、内発的モチベーションにおいては、何も言葉かけしないより何らかの言葉かけをしたほうがモチベーションの向上につながるという程度の含意しか得られなかった。印象形成については、期待の表明はその他の語句に比べて中立でない印象を与えることがわかったが、このことはピグマリオンマネジメント (Eden, 1990) においては部下に対して中立でない印象を与えることになり、不適切なマネジメント行動となる可能性があるだろう。

引用文献

Deci, E. L. (1971). Effects of externally mediated rewards on intrinsic motivation. *Journal of Personality and Social Psychology, 18*(1), 105-115.